

Investigación

La Estrategia en la micro, pequeña y mediana empresa en Quintana Roo, México: un análisis multifactorial.

Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Doctor en Estudios Organizacionales
Universidad de Quintana Roo, México.
Email: edsan@uqroo.edu.mx, edsan7502@gmail.com

Juana Edith Navarrete Marneou

Maestra en Economía y Administración Pública
Universidad de Quintana Roo
Email: emarneou@uqroo.edu.mx, emarneou7502@gmail.com

Resumen.

La investigación tuvo como finalidad determinar los factores que inciden en el proceso de fijación de la estrategia en la Micro, Pequeña y Mediana Empresas en el Estado de Quintana Roo, México, utilizando como herramienta de evaluación el análisis multivariante y la regresión múltiple. La investigación se sustenta en el paradigma positivista, tipo explicativa causal y apoya en la encuesta como técnica de recolección de datos. Para recabar la información se aplicaron 280 cuestionarios a propietarios de este tipo de empresas establecidas en los municipios de Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, Solidaridad y Benito Juárez. De acuerdo con el objetivo formulado y los alcances de este estudio, se aplicaron las técnicas estadísticas: análisis multivariado y regresión múltiple. Los resultados obtenidos nos muestran que la estrategia en la MPyME en Quintana Roo, México; se encuentra implícita y se formula a partir de la experiencia de los propietarios, es decir, se concibe como un proceso cognitivo que ocurre en la mente del decisor y que se nutre del aprendizaje cotidiano.

Palabras clave: Estrategia, Análisis Multivariante, Pequeña Empresa.

Recibido: 09 -02- 2015

Aceptado: 06-05-2015

Abstrac

This research aimed to determine the factors that affect the process of setting the strategy in the Micro, Small and Medium Enterprises in the state of Quintana Roo, Mexico, using multivariate and multiple regression analysis. The research is based on the positivist paradigm, causal explanatory type and based on the survey as a technique for data collection. To gather information 280 questionnaires to owners of such enterprises established in the municipalities of Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, Solidaridad and Benito Juárez. According to the objective set and scope of this study, statistical techniques (multivariate analysis and multiple regression) were applied. The results show that the strategy in the MPyME in Quintana Roo, Mexico; it is implicit and formulated from the experience of the owners, that is, it is conceived as a cognitive process that occurs in the mind of the decision maker and is nourished by everyday learning.

Key words: Strategy, Small Business, Multivariate Analysis.

STRATEGY IN THE MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN QUINTANA ROO, MEXICO : A MULTIVARIATE ANALYSIS

Edgar Alfonso Guerrero Sansores

Doctor in Organizational Studies
University of Quintana Roo, Mexico .
Email: edsan@uqroo.edu.mx , edsan7502@gmail.com

Juana Edith Navarrete Marneou

Master in Economics and Public Administration
University of Quintana Roo
Email: emarneou@uqroo.edu.mx ,
emarneou7502@gmail.com

1.-INTRODUCCIÓN

Actualmente la globalización de las economías locales, los vertiginosos cambios tecnológicos, la intensificación de la hipercompetencia, los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, la fragmentación de los mercados de consumo y la crisis económica mundial han generado, entre otras cosas, un entorno empresarial hostil caracterizado por una intensa y voraz lucha permanente por los consumidores. Este panorama adverso ha originado una serie de obstáculos que inhiben el desarrollo empresarial y condicionan la permanencia en el mercado de diversas organizaciones, entre ellas la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MPyME).

Ante este panorama, resulta vital el estudio de este tipo de empresas a partir de las decisiones que sus propietarios realizan para diseñar e implementar sus estrategias con la finalidad de definir el rumbo a seguir para su organización. Sin embargo, decidir hacia donde se dirigirán los esfuerzos y los recursos para cualquier tipo de empresa no es tarea fácil, sino por el contrario, representa un gran reto, debido a las limitaciones cognitivas de los decisores, el acceso limitado a la información, la poca disponibilidad de tiempo y, en ocasiones, a la presencia de conflicto o ambigüedad entre los objetivos de la organización y los intereses de sus miembros.

Por tanto, diseñar e implementar la estrategia resulta un acto complejo que debe ser estudiado, a profundidad, a través de diversos enfoques. Asimismo, debido a la especificidad de la MPyME, el análisis de las decisiones estratégicas en este tipo de empresas obliga a la comprensión particular del proceso de fijación de la estrategia y de los elementos que intervienen en dicho proceso.

Por otra parte, en la literatura especializada en el tema de la estrategia existen posiciones encontradas sobre lo que es estratégico en la pequeña empresa. Algunos autores como Dandira, 2012; Galbraith y

Nathanson, 1978; Jackson, 2011; sostienen que en la MPyME, en especial en la pequeña empresa, resulta imposible fijar estrategias debido a que el mercado y, en ocasiones, el azar guían su accionar cotidiano. En consecuencia, conciben a la MPyME como un ente sin rumbo, carente de una visión a futuro y dependiente de las circunstancias que le imponga su entorno. Bajo esta premisa, lo estratégico para este tipo de organizaciones no existe, solo lo operativo que circunscribe su gestión a una simple estimación de una función de utilidad.

En ese sentido, esta investigación pretende aportar elementos teóricos y metodológicos en el estudio del proceso de fijación de la estrategia en este tipo de empresas. Para lograr este fin se formuló como objetivo principal: determinar, estadísticamente, los factores que inciden en el proceso de formulación de la estrategia en la MPyME en Quintana Roo, México. Considerando como hipótesis: la formación académica del empresario y la información sobre la operación de la empresa determinan el proceso de fijación de la estrategia en la MPyME establecida en el Estado de Quintana Roo, México.

Para ello, se aplicaron 280 cuestionarios a propietarios de este tipo de empresas establecidas en los municipios de Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, Solidaridad y Benito Juárez. De acuerdo con el objetivo formulado y los alcances de este estudio, se utilizaron las técnicas estadísticas: análisis multivariado y la regresión múltiple.

Los resultados obtenidos muestran que la estrategia en la MPyME en Quintana Roo se encuentra implícita y se formula a partir de la experiencia de los propietarios, es decir, se concibe como un proceso cognitivo que ocurre en la mente del decisor y que se nutre del aprendizaje cotidiano, lo cual contrasta con la hipótesis planteada en la investigación.

2.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

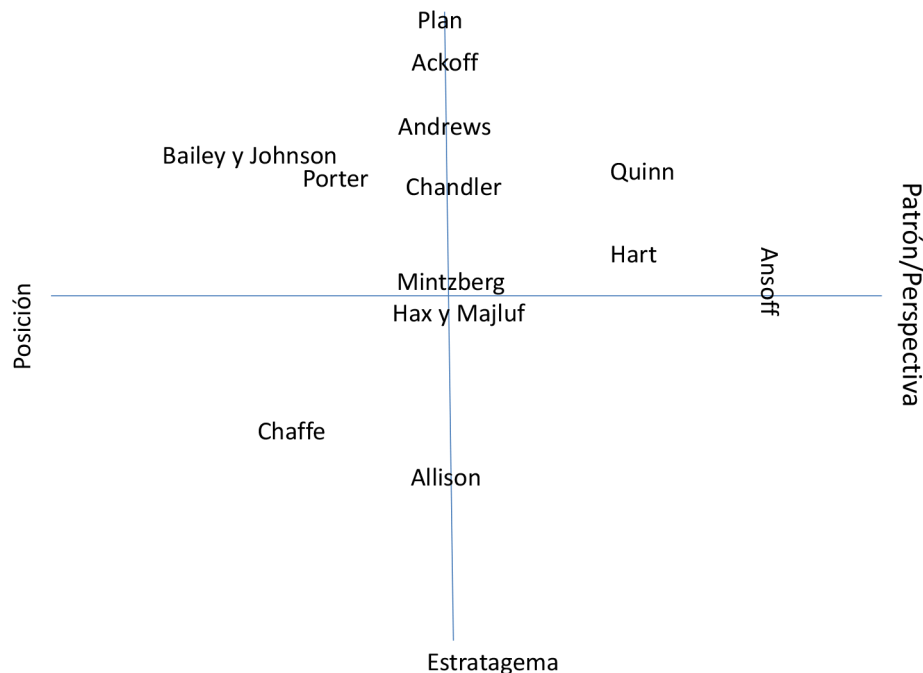
2.1.- La orientación conceptual de la estrategia.

Tradicionalmente la literatura especializada en el estudio de la estrategia hace referencia a su sentido militar, el cual fue introducido al ámbito empresarial durante la primera mitad del siglo XIX, predominando la adaptación de las ideas formuladas por Sun Tzu (El arte

de la guerra) y Karl Von Clausewitz (En la guerra).

Por lo que respecta al ámbito académico, a partir de la década de los sesentas la estrategia emergió como objeto de estudio de diversas disciplinas, siendo Harvard Business School la promotora de su uso como sustantivo o adjetivo en el ámbito, político, empresarial y social. Como consecuencia se formularon muchas y muy diversas definiciones bajo diferentes enfoques.

**Gráfico 1.-
Orientación conceptual de la estrategia.**



Fuente: Elaboración propia

Estas perspectivas conciben a la estrategia como resultado de un proceso formal en el que se formulan una serie de objetivos basados en análisis previos del entorno y de la propia organización; por lo que su formación implica una serie de decisiones que se caracterizan por: ser importantes, requieren la asignación de recursos y no ser reversibles. Asimismo, la estrategia se expresa como una guía de acción con visión a futuro cuya consistencia en el comportamiento de la organización en el tiempo establece un patrón y en ocasiones reconoce acciones como articuladores entre la organización y su entorno. Los patrones en el comportamiento permiten establecer la relación entre la organización y su entorno generando una perspectiva bajo la cual se alinean los objetivos de sus miembros a los organizacionales. En ambientes hostiles la estrategia se traduce en una maniobra para aprovechar las ventajas que ofrece el mercado.

2.2.- Perspectivas en el estudio de la estrategia.

En cuanto al análisis de la estrategia en el entorno empresarial se han popularizado una gran cantidad de investigaciones orientadas a explicar la competitividad industrial y nacional bajo dos grandes vertientes: su contenido y su proceso de fijación.

En la primera se enfatiza el ámbito de los mercados y la forma en cómo rivalizan las organizaciones mediante el desarrollo de ventajas competitivas (Montgomery et al. 1989). Para esta corriente, el contenido de la estrategia se relaciona con la sobrevivencia, la rentabilidad económica, la responsabilidad social, la segmentación sectorial, la integración económica, las taxonomías de tipos de estrategias, las etapas de la evolución del sector, y la señalización de mercado y respuesta competitiva (Huff y Reger, 1987; Chakravarthy y White ,2002; Fahey y Christensen, 1986).

De acuerdo a esta corriente, el contenido de la estrategia se basa en la construcción y desarrollo de la ventaja competitiva mediante dos vías: la explotación del mercado y el cumplimiento de niveles de eficiencia

inalcanzables para la competencia. Dentro de los referentes teóricos de dicho enfoque, destacan:

a) Teoría de las fuerzas competitivas.- Teniendo como máximo representante a Michael Porter (1987), esta teoría ha predominado en el estudio del contenido estratégico. Este modelo, basado en los desarrollos teóricos de la economía industrial (y su modelo de estructura/resultados), se centra en las acciones a desarrollar por una empresa para crear posiciones estratégicas defendibles frente a los elementos del entorno que pueden afectar a su rentabilidad, caracterizados como fuerzas competitivas. Para Porter (1987) la entrada a un sector industrial es una decisión racional ya que implica una valoración de las capacidades de la empresa, el potencial del mercado y la adquisición de los activos necesarios para lograr el desempeño óptimo.

En otras palabras, la estructura del sector industrial en el que la empresa se desempeña resulta fundamental para la rentabilidad potencial de una empresa. Dicha rentabilidad está en función de la intensidad de las fuerzas competitivas: barreras de entrada, amenaza de bienes y/o productos sustitutos, poder de negociación de clientes y proveedores, y amenaza de nuevos participantes (Porter 1987). Este modelo permite llevar a cabo un pensamiento sistemático acerca de cómo trabajan las fuerzas competitivas en un determinado sector industrial, y de cómo las características de dichas fuerzas competitivas determinan el atractivo potencial de determinado sector industrial.

b) Teoría del conflicto estratégico.- Derivada de la microeconomía clásica, esta propuesta teórica parte del análisis de la interacción entre empresas en el mercado mediante las técnicas planteadas en la teoría de juegos. Debido a que una empresa puede aumentar sus beneficios manipulando, a través de ciertas acciones, las condiciones en que se compite en un determinado sector industrial, es posible analizar la interacción competitiva entre empresas rivales.

Entre las aportaciones relevantes en esta teoría se encuentran: el concepto de costos hundidos (Sunken costs), la técnica del señalamiento (Signaling), tácticas de precios (Predatory pricing y limit pricing) y las asimetrías en las ventajas competitivas. Para esta teoría, en el análisis se valora sobre todo la capacidad de jugar el juego competitivo de los directivos, ignorando los fundamentos del desarrollo de ventajas competitivas más duraderas, esto es, sostenibles en el tiempo y difícilmente imitables.

c) Teoría de los recursos.- Tiene su origen en la crítica a la hipótesis central de la teoría de las fuerzas competitivas, refutando la idea de que los mercados de factores de producción (capital y trabajo) son perfectos. Por el contrario, el desarrollo de un negocio es un proceso extremadamente complejo, en el que intervienen activos difícilmente adquiribles en el mercado, como el conocimiento tácito y la reputación, y en el que en ocasiones las empresas no pueden aprovechar los activos adquiribles en el mercado, por carecer de sus complementos (Teece, 1997).

Como consecuencia de esta problemática, los recursos que posee una organización son heterogéneos, integrados en conjuntos difusos, de manera que la lógica de una decisión de entrada difiere, diametralmente, a la de la teoría de las fuerzas competitivas. Ante esto, la rentabilidad de una empresa depende de una mayor eficiencia derivada de la posesión de activos, de naturaleza tangible o intangible.

d) Teoría de las capacidades dinámicas.- Su objetivo radica en identificar las dimensiones de las capacidades específicas de la empresa que puedan ser fuentes de ventaja competitiva, y explicar cómo las combinaciones de capacidades y recursos pueden ser desarrolladas, desplegadas y protegidas; asumiendo la existencia de una competencia propia de la dirección de la organización, la cual le permite crear nuevas competencias distintivas o explotar competencias distintivas ya existentes.

Conforme a estos postulados, los procesos son la fuente principal para la construcción de la ventaja competitiva de las empresas, ya que constituyen la forma o el modo en que se hacen las cosas (procedimiento y rutinas). La coordinación e integración (concepto estático), el aprendizaje (concepto dinámico) y reconfiguración (concepto transformador) representan las funciones esenciales de los procedimientos organizacionales. La posición estratégica de la empresa constituye los activos de ésta, especialmente aquellos difícilmente de imitar e imposibles de obtener en los mercados de factores productivos. Entre éstos, destacan los activos de conocimiento y sus activos complementarios, y los activos de reputación.

En cuanto a la segunda vertiente, se encuentran: la enfocada a los sistemas de planeación (Ansoff, 1965) y sistemas de control de dirección (Anthony, 1965); la dirigida a la relación entre la estructura organizacional y el entorno de la empresa (Chandler, 1962; Galbraith, 1977; Mintzberg, 1979; Rumelt, 1974; Scott, 1971); la Holística (Bower, 1970; Miles y Snow, 1978; Burgelman, 1980) y la enfocada a las decisiones (Mintzberg y Waters, 1985; Mintzberg, 1990; Quinn, 1980).

Esta última corriente, parte de las contribuciones realizadas por Cyert y March (1963) y Simon (1982) sobre la racionalidad en la toma de decisiones y el rol que asume el decisor para evitar la incertidumbre y solucionar problemas. Como se expuso en el capítulo anterior, algunos autores consideran que el proceso estratégico tiene lugar en unas condiciones de aproximación a la realidad de tipo exhaustivo y analítico (racionalidad absoluta).

En contraposición, otros autores manifiestan que el proceso estratégico tiene lugar en unas condiciones de racionalidad limitada, en virtud de la cual se sustituye el principio de maximización u optimización por el de satisfacción (Simon, 1982) y las decisiones se toman mediante criterios políticos, no exclusivamente analíticos (Lindblom, 1959). Basadas en esta línea de pensamiento,

se desarrollaron una serie de investigaciones cuyos ejes temáticos son:

I) El proceso estratégico.- Dirigido al análisis de la formación de la estrategia (cómo se generan las decisiones) y su implementación (cómo se aplican en la práctica las decisiones).

II) El paradigma de la racionalidad.- Centrado en el estudio de la racionalidad en el proceso de formulación de la estrategia. Para algunos autores los decisores tienen capacidad limitada para procesar la información y las organizaciones son entidades políticas con intereses individuales o de grupo que determinan su accionar (Cyert y March, 1963; Simon 1982).

III) La formulación de la estrategia.- Presenta el carácter normativo (cómo se debería hacer) y descriptivo (cómo se hace) del proceso de formación de la estrategia en las organizaciones.

Con el estudio de estos tópicos, se puede reconocer la importancia y complejidad del proceso estratégico en las organizaciones; así como su relación con la toma de decisiones. En otras palabras, la formación de estrategias en las organizaciones no solo se remite a mantener una posición competitiva favorable sino que implica una manera de hacer frente a las adversidades en un entorno cambiante.

Por su parte el management ha puesto como elemento central de la gestión organizacional la fijación de la estrategia corporativa, para lograr tal fin se han diseñado una serie de técnicas y métodos, basados en la racionalidad, que deberán ser aplicados por la gerencia.

Esta perspectiva ortodoxa, impulsada por las principales escuelas de negocio a nivel mundial, ha sido adoptada por consultores, analistas financieros, instituciones financieras y empresas transnacionales con la intención de solventar la turbulencia que afecta a las economías locales. Bajo esta premisa, la planeación estratégica en las organizaciones cobró su importancia

como recurso básico y esencial para la supervivencia y/o desarrollo de la empresa. En ese sentido, la estrategia se define como una combinación de movimientos competitivos y enfoques de negocios.

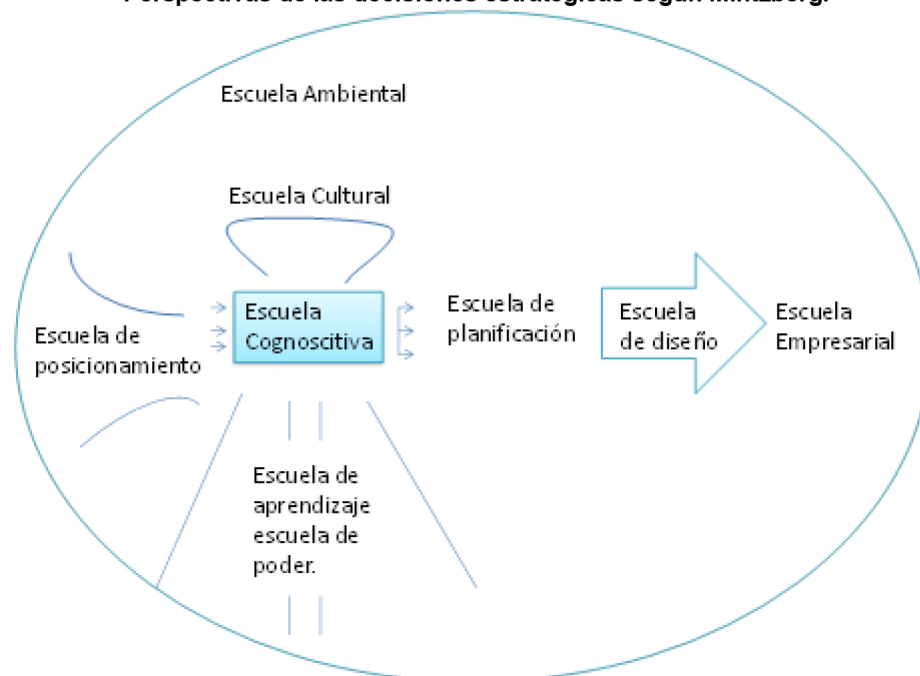
Si bien, el concepto de estrategia y el de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro implican una serie de acciones, la fijación de la estrategia no es sinónimo de planeación. En otros términos, la estrategia es más que una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo para alcanzar los objetivos de la empresa.

En ese sentido, ha surgido una corriente crítica que ha cuestionado la baja efectividad de los procesos de planeación por la falta de compromiso por parte de los participantes y los conflictos entre los intereses individuales y los organizacionales, reconociendo con esto la complejidad de la toma de decisiones estratégicas en entornos dinámicos y ambiguos, por lo cual resulta necesario centrar la atención en el pensamiento de los decisores.

Dentro de este movimiento destaca la propuesta de Mintzberg (1994) quién demostró la inexistencia de un mundo perfecto, previsible y ordenado que algunas teorías describían, sino por el contrario el entorno empresarial es caótico, imprevisible, dinámico, confuso y contradictorio. En su propuesta, este autor detalló claramente las relaciones de complementariedad y ambigüedad entre el pensamiento intuitivo y el analítico, donde la dimensión humana juega un papel fundamental.

Así pues, mediante la metáfora del elefante Mintzberg et al. (2010), ofrecieron una mirada amplia de las distintas acepciones de estrategia a través del tiempo.

Gráfico 2-
Perspectivas de las decisiones estratégicas según Mintzberg.



Fuente: Tomado de Mintzberg (2010:156)

De esta manera, las diez escuelas planteadas por Mintzberg et al. (2010) han contribuido para la comprensión de la estrategia organizacional como un fenómeno complejo y dinámico, donde la cultura, la política, el poder, la negociación, el simbolismo y las interrelaciones convergen.

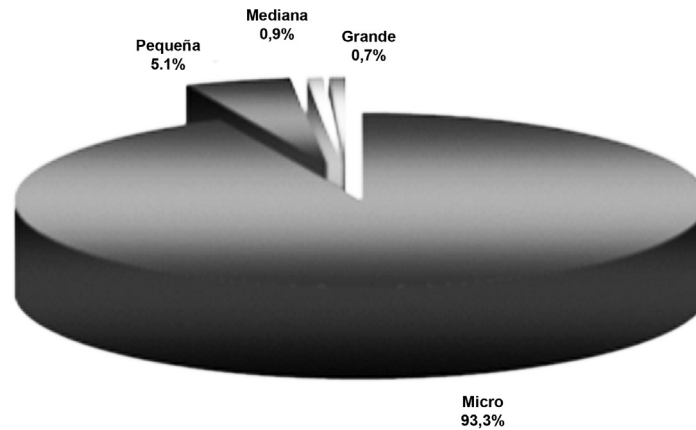
3.- La Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Quintana Roo

De acuerdo a cifras proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, para el 2014, en Quintana Roo existían 27,844 empresas registradas, las cuales generaron una producción bruta total de 101,450

millones de pesos y remuneraciones totales por 13,629 millones de pesos. De este número de empresas el 93.3% son micro, el 5.1% pequeñas, .9% medianas y el resto grandes. Además el 54% de las empresas se dedica al comercio, 7% a la manufactura y el 39% a la prestación de servicios.

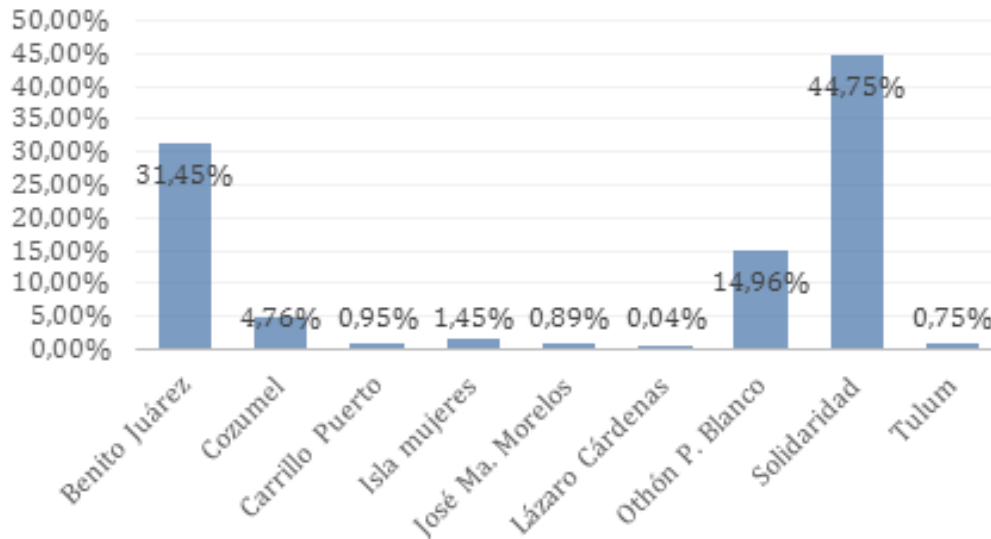
Estas empresas se concentran en los municipios ubicados en la zona norte del Estado. Siendo Benito Juárez y Solidaridad las entidades municipales donde se encuentran establecidas la mayor parte de estas empresas (76.21%).

Gráfico 3.
Distribución de empresas en Quintana Roo por tamaño.



Fuente: INEGI.

Gráfico 4.
Distribución de la MPyME en Quintana Roo por municipio.

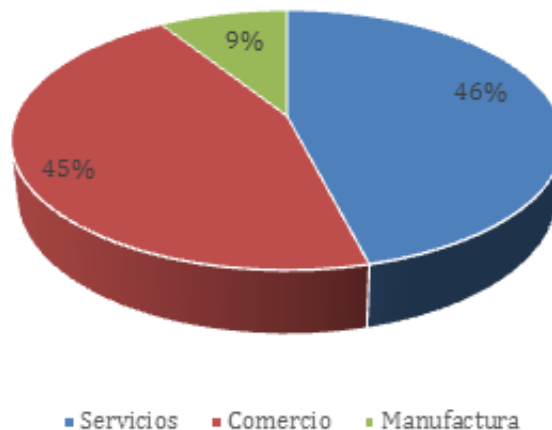


Fuente: INEGI.

El municipio de Solidaridad posee el mayor número de unidades económicas (44.75%) ocupando el primer lugar en remuneraciones y producción bruta del estado, seguido por Benito Juárez (31.455) y Othón P. Blanco. (14.96%). En los dos primeros su actividad económica principal es el turismo a diferencia de Othón P. Blanco, que se dedica a la prestación de servicios a la federación y a la comercialización de bienes y servicio.

El sector que más empresas agrupa es el servicios (46%), seguido del sector comercio (45%) y por último la manufactura (9%). En cuanto a la producción bruta total el sector servicios aporta el 64.1%, el comercio con 28.7% por ciento y la manufactura el 7.1%.

Gráfico 5.
Distribución de la MPyME por actividad.



Fuente: INEGI.

A pesar de su impacto en el crecimiento económico, la función de la MPyME no es solo económica sino también social. Por lo que respecta a esta última, la MPyME se ha convertido en una válvula de escape a las tensiones sociales provocadas por la pérdida y falta de empleo (2.6 millones de desempleados en 2010); esto debido a su participación en la redistribución del ingreso en los sectores bajo y medio de la sociedad. Además, contribuye al fortalecimiento de la clase empresarial, a través de la formación de emprendedores; genera empleos para aquellos sectores de la población que no son admitidos en las grandes empresas (adultos mayores, discapacitados,

jóvenes recién egresados de instituciones de educación superior, mujeres, entre otros.); apoya en la capacitación de mano de obra no calificada, abastece de productos básicos a la población y satisface las necesidades de los consumidores (De la Rosa, 2007).

Adicionalmente, la MPyME participa en la integración en el proceso de producción de las grandes empresas, emplea mano de obra no calificada, contribuye a la desconcentración industrial, apoya al pago de impuestos y conforma diversos agrupamientos productivos (clúster, empresas integradoras, distritos industriales, empresas

tractor, empresas gacelas y otras formas).

4.- METODOLOGÍA

Para identificar los factores que intervienen en el proceso de fijación de la estrategia se aplicó un cuestionario a 280 empresas, pertenecientes al sector de

la MPyME, establecidas en el Estado de Quintana Roo, durante el período comprendido de enero de 2014 a junio de 2015. El cuestionario se aplicó en los municipios de Othon P. Blanco (16.24%), Felipe Carrillo Puerto (1.03%), Benito Juárez (34.15%) y Solidaridad (48.59%). La técnica de muestreo fue aleatorio estratificado” sobre una población de 18,855 empresas.

**Cuadro 1.
Muestra de empresas.**

Municipio	Tipo de empresa	Sector
Benito Juárez	35 micro	Servicios
	35 micro	Comercio
	8 pequeñas	Servicios
	8 pequeñas	Comercio
	5 medianas	Servicios
Felipe Carrillo Puerto	5 medianas	Comercio
	2 micro	Comercio
Solidaridad	1 micro	Servicios
	50 micro	Comercio
	79 micro	Servicios
	5 pequeñas	Comercio
	1 mediana	Servicios
Othon P. Blanco	1 mediana	Comercio
	25 micro	Comercio
	20 micro	Servicios

Fuente: Elaboración Propia

Debido a que el cuestionario contenía alrededor de 30 variables se realizó un análisis de componentes principales de los datos existentes y cuya finalidad es evaluar los factores que intervienen en la fijación de la estrategia por parte de los propietarios de este tipo de empresas y revisar la estructura de tres componentes que se propone a priori. Los análisis estadísticos se realizan a través del Programa Estadístico Informático SPSS en su versión 22 (Statistical Package for the Social Sciences), sin la opción de manejo de valores perdidos.

Se utiliza el análisis de componentes principales debido a que se propone obtener una representación más simple (y en menor dimensión) para un conjunto

de variables correlacionadas. Con este método, las variables no se consideran explicativas o de respuesta, sino que todas son tratadas de la misma manera. Para examinar las relaciones entre un conjunto de p variables correlacionadas, se transforma el conjunto original de variables a un nuevo conjunto no correlacionado utilizando una rotación ortogonal en el espacio p -dimensional (Hair et al., 1999).

De las encuestas realizadas que constituyen los factores que influyen al momento de fijar la estrategia comercial de las empresas, de las cuales se eliminan 12 debido al alto porcentaje de inconsistencias en la información, tales como contradicciones y ambigüedad.

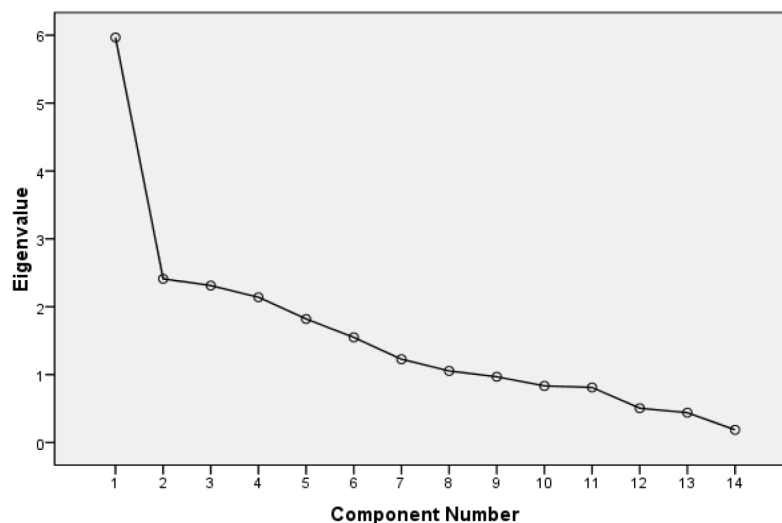
Para asegurar la aplicabilidad del análisis factorial, se realiza la prueba de esfericidad de Barlett, la que resulta altamente significativa ($P = 0.000$) y con un valor de Kaiser de .756; indicando así que la matriz de correlación difiere de la idéntica, habiendo patrones de asociación entre las respuestas a los reactivos lo que permiten la identificación a las variables latentes subyacentes.

Se utiliza el método de componentes principales para realizar la extracción de factores. El total de reactivos existentes en las secciones fueron incluidos, excepto

los eliminados previamente por tener un porcentaje inaceptable de datos perdidos. Se aplican los criterios de Screenshot-test, valores característicos (eigen-valores) mayores de uno y porcentaje de varianza explicada para determinar un número conveniente de factores por extraer.

La solución de 3 factores explica el 87.25 por ciento de la varianza original. Si bien este porcentaje no es muy elevado, la estructura de la solución después de la rotación resulta satisfactoria para fines de interpretación.

**GRÁFICO 6.
SCREE PLOT.**



Fuente: Elaboración Propia

Se aplica la rotación "Varimax" a la matriz de cargas inicial, obteniéndose convergencia después de 25 iteraciones. Todos los factores incluyen más de tres reactivos, excepto por el último extraído, lográndose una buena distinción entre los factores en el sentido de que la mayoría de los reactivos tuvieron cargas diferencialmente

mayores en un solo factor.

5.- RESULTADOS

Para la interpretación de la solución, se declaran altamente significantes todas aquellas cargas superiores

a $2(0.081) = 0.162$ en valor absoluto. Varios reactivos resultan con cargas significantes en más de un factor, asignándose a aquel factor en el cual exhibían la mayor

carga y en el cual se agrupan con otros reactivos que a priori forman parte de la misma sección o componente de satisfacción ((Hair et al., 1999).

**Cuadro 2.
Factores**

Componentes	Factores	Valor
Experiencia	Relación con hechos ocurridos en el pasado en la empresa.	.558
	Relación con hechos ocurridos a terceros.	.709
	Experiencias en anteriores empleos antes de constituir la empresa.	.689
Aprendizaje	Conocimientos adquiridos durante la formación profesional.	.518
	Conocimientos adquiridos en cursos de capacitación.	.656
Contexto	Tendencias del mercado.	.487
	Imitación de competidores.	.467
	El ambiente determina la estrategia	.441

Fuente: Elaboración propia.

La primera columna de la tabla propone un nombre genérico que identifica al componente, la segunda columna resume el contenido de los reactivos que se asignan a este componente y la tercera muestra las cargas correspondientes a cada reactivo dentro del factor.

Posteriormente se realiza un análisis econométrico a través un modelo de regresión múltiple basado mínimos cuadrados ordinarios que permite determinar el impacto de cada uno de los componentes en el cierre de las empresas.

Este modelo se presenta por medio de la ecuación:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \varepsilon_i$$

En donde:

y= Número de estrategias implementadas en la empresa

$\beta_1 x_1$ = Componente 1 (Experiencia)

$\beta_2 x_2$ = Componente 2 (Aprendizaje)

$\beta_3 x_3$ = Componente 3 (Contexto)

ε_i = Representa un componente aleatorio (los residuos) que recoge todo lo que las variables independientes no son capaces de explicar. Cabe mencionar que este modelo cumple con los supuestos de linealidad, independencia, normalidad, homocedasticidad y no-colinealidad.

Los resultados al realizar la regresión son los siguientes:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \varepsilon_i$$

Cuadro 3.
Resultados.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.840	.896	24276.94875	.903

b. Dependent Variable: CDT

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro anterior muestra que todas las variables independientes incluidas en el análisis explican un 86.7 % de la varianza de la variable dependiente, es decir, en el 87% de los casos en los cuales los propietarios fijan su estrategia a seguir son producto de la presencia de alguno de los tres componentes determinados.

Por otra parte el estadístico F contrasta la hipótesis nula de que el valor poblacional de R es cero y, por tanto, nos permite decidir si existe relación lineal significativa entre la variable dependiente y el conjunto de variables independientes tomadas juntas. El valor del nivel crítico Sig. = 0,000 indica que sí existe relación lineal significativa.

Por lo que respecta a los coeficientes de cada una de las variables y al nivel de significancia de cada una de ellas, se observa que el componente 1 es el que determina la fijación de la estrategia.

El coeficiente del componente experiencia es significativo estadísticamente, mientras que los otros

dos resultan no relevantes. En consecuencia el resultado obtenido en las pruebas estadísticas aplicadas en esta investigación se identificó como el factor que configura la fijación de la estrategia en la MPyME, la experiencia obtenida por el empresario. Siendo la más significativa, estadísticamente; esto se debe principalmente a que los empresarios diseñan e implementa sus estrategias a partir de su experiencia que podría referenciarse a un matiz del incrementalismo lógico.

Por lo anterior expuesto, se rechaza la hipótesis formulada en la presente investigación (la formación académica del empresario y la información sobre la operación de la empresa determinan el proceso de fijación de la estrategia en la MPyME establecida en el Estado de Quintana Roo, México).

**Cuadro 4.
Coeficientes.**

Variable		Coeficiente	t	Sig.
		Beta		
1	Constant	2.227	31.198	.000
	Experiencia	.237	3.179	.002
	Aprendizaje	-.186	-2.572	.012
	Contexto	.250	3.460	.142

Fuente: Elaboración propia.

El coeficiente del componente experiencia es significativo estadísticamente, mientras que los otros dos resultan no relevantes. En consecuencia el resultado obtenido en las pruebas estadísticas aplicadas en esta investigación se identificó como el factor que configura la fijación de la estrategia en la MPyME, la experiencia obtenida por el empresario. Siendo la más significativo, estadísticamente; esto se debe principalmente a que los empresarios diseñan e implementa sus estrategias a partir de su experiencia que podría referenciarse a un matiz del incrementalismo lógico.

Por lo anterior expuesto, se rechaza la hipótesis formulada en la presente investigación (la formación académica del empresario y la información sobre la operación de la empresa determinan el proceso de fijación de la estrategia en la MPyME establecida en el Estado de Quintana Roo, México).

6.- CONCLUSIONES

Partiendo de los resultados obtenidos en esta investigación se deduce que la estrategia implementada en la MPyME en Quintana Roo se caracteriza por ser

implícita pero no formalizada, con un horizonte de tiempo limitado y dependiente del entorno. La aparente invisibilidad del proceso de fijación de la estrategia, en este tipo de empresas, pudiera deberse a:

- No se encuentran diferenciadas con las actividades operativas.- En la práctica, un propietario de la MPyME está, por lo general, en capacidad de identificar individualmente a las personas u organizaciones competidoras, así como fijar posibles cursos de acción para orientar el rumbo de su empresa. En consecuencia, asumirá un comportamiento adaptativo que va desde la cooperación hasta el enfrentamiento, pasando por la complicidad y la no agresión.

- Existe una diversidad de actores.- La MPyME se inscribe, claro está, dentro de una continuidad espacial y temporal. Pero, más allá de dicha continuidad, surge directamente de las decisiones cruciales. Se pueden distinguir tres grandes grupos de actores que participan en el destino de este tipo de empresas: quienes deciden en sí, y asumen los mayores riesgos; las partes involucradas que tienen intereses directamente relacionados con la

empresa (personal, proveedores, suministradores de equipo, distribuidores, clientes, colectividades locales); y, finalmente, los agonistas, ya sea como antagonistas, o como protagonistas.

- Complejidad en las actividades.- Es necesario distinguir, primero, entre los problemas complicados y los problemas complejos, particularmente en la forma de solucionarlos. Se puede hablar de situaciones complicadas, cuando los problemas son muchos e implican procedimientos diferentes y variados. Los problemas estratégicos contienen, por lo general, un alto grado de complejidad. Más allá del terreno competitivo propiamente dicho, la complejidad es acrecentada por la cantidad y diversidad de actores con los cuales la pequeña empresa se relaciona.

- Obedece a una lógica de acción distinta a la gran empresa.- La decisión estratégica reposa normalmente sobre una racionalidad limitada. No se trata de las decisiones de corte racional, por tantas económicas, y que plantean la posibilidad de elecciones puramente objetivas, desembocando en soluciones óptimas. El proceso para la resolución de problemas, adaptado por el dirigente es, en efecto, radicalmente distinto. La información sobre la situación es, al mismo tiempo, parcial y parcializada como consecuencia de la depuración de la información disponible en función de su valor, de su alcance y aun de las esperanzas del individuo.

En otros términos, la información es interpretada bajo el efecto de las emociones y valores culturales del empresario; lo que se traduce en su visión del futuro que, a su vez, influirá en sus intenciones, las cuales, a su vez, guiarán sus actos. No obstante, el proceso puede tomar el camino inverso: una visión intuitiva de lo que hay que hacer será validada por una revisión de la información disponible, la cual después de ser interpretada podrá contrastar, confirmar o legitimar la elección inicial.

7.- BIBLIOGRAFÍA

Ackoff, Russell Lincoln. (1982). Naturaleza y contenido de la planeación. En Ackoff, Russell Lincoln. Un concepto de planeación de empresas. Limusa, México. pp. 13-30.

Ackoff, Russell Lincoln. (2004). Concepto cambiante de planeación. En Ackoff, Russell, Planificación de la empresa del futuro. Limusa, México, pp. 71-100.

Andrews, Kenneth Richmond. (1986). El concepto de la estrategia de la empresa, Orbis, México pp. 47-71.

Andrews, Kenneth Richmond. (1971). The concept of corporate strategy. D. Irwin, New York.

Ansoff, Igor, R.P. Declerck, R. Louis. Hayes (2003). El planteamiento estratégico, Trillas, México.

Ansoff, Igor. (1965). Corporate strategy. Mc Graw Hill, New York.

Ansoff, Igor (1986). La estrategia de la empresa. Orbis, México.

Ansoff, Igor H. (1988). The new corporate strategy. John Wiley & Sons, New York.

Bailey, Andy y Johnson, Gerry. (2001). A Framework for a Managerial Understanding of Strategy Development. En L. Volberda, H. y Elfring, T. (Eds.) Rethinking Strategy, London, Sage Publicaciones

Bowman, Cliff (1992). Interpreting competitive strategy. En Daniels Faulkner y Gerry Johnson The Challenge of Strategic Management London. Kogan Page Ltd., pp. 64-83

Chaffe, Ellen (1985), "Three models of strategy", Academic of Management Review, pp.89-98.

Chandler, Alfred (1962). Strategy and Structure: Chapters

in the History of American Enterprise. MIT Press. Boston, MA.

De la Rosa Alburquerque, Ayuzabet (2007), “La micro, pequeña y mediana organización en la perspectiva de los estudios organizacionales. Una mirada al caso de una microorganización desde la óptica del poder”, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

De la Rosa Alburquerque Ayuzabet (2002). “Teoría de la Organización y Nuevo Institucionalismo en el Análisis Organizacional”, Revista Administración y Organizaciones, Año 4, Núm. 8, Julio, pp. 13-44.

De la Rosa Ayuzabet, Teresa Montoya, Pomar Silvia (2009). Pequeñas organizaciones: complejidad y diversidad organizacional. Juan Pablos, México pp. 23-60.

Favereau, Louis (1997). *Leéconomie sociale mise en perspectives: renouvellement au Nord et emergence au sud*, Université du Québec á Hull.

Filion Louis Jacques. y Toulouse, Jean(1995). La planificación estratégica dans une PME. En M.Coté. La gestión estratégica d'entreprise, Montréal, Gaëten Morin, pp. 187-197.

Galbraith, John, Kenneth (1977). *Le nouvel état industriel. Essai sur le système industriel américain*, traducción de The New Industrial State, Paris, Gallimard.
Gervais, Michel. (1978). “Pour une théorie de l'organisation PME”, *Revue Francaise de Gestion*, mars-avril, pp. 37-49

Grant, Robert (1996). *Contemporary strategy analysis*. Winley, London. Eng.

Grant, Robert (2002). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications*. Blackwell. London. Eng.

Hair, Joshep Jr., Anderson, Rolph, Tatham, Ronald y

Black, William. *Análisis multivariante*. Prentice Hall, Madrid.

Hart, Stuart (1992). “An integrative framework for strategy-making processes”, *Academy of Management Review*, vol. 17, núm. 2, pp. 327-351.

Hax, Arnoldo y Nicolás Majluf (1997). *Estrategias para el liderazgo competitivo. De la visión a los resultados*. Granica, Argentina. (Capítulos 1, 2, 9, 11, 12 y 13).

Huff, Anne y Reger Rhonda, (1987). “A Review of Strategic Process Research”. *Journal of Management Summer*. vol. 13 no. 2 211-236.

Hurtado, de la Barrera, Jaqueline (2010). *Metodología de la Investigación. Guía para la Comprensión Holística de la Ciencia*. Editorial CIAE Sypal. 4ta. Edición Caracas, Venezuela.

INEGI (2014). *Censos Económicos 2014*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México, DF.

Julien, Pierre-André (1998). *The state of the art in small business and entrepreneurship*, Ashgate, Great Britain.

Julien, Pierre-André (2000). *L'entrepreneuriat au Québec 1985-200*, Transcontinental. Montréal.

Julien, Pierre-André y Michel Marchesnay (1992). *Des procédures aux processus stratégiques dans les PME*. En A. Noël, *Perspectives en management stratégique*. Tome 1, Economica, Paris.

Julien, Pierre-André y Michel Marchesnay (1988). *La petite entreprise*. Vuibert, Paris.

Mintzberg, Henry (1979). *The Structuring of Organizations*. Edt. Prentice Hall.

Mintzberg, Henry (1982). *A note on the dirty word efficiency*. *Interface*, pp.101-105.

Mintzberg, Henry, (1973). "Strategic-manking in three modes". California Management Review. Núm. 16, Vol. 2, pp.44-53.

Mintzberg, Henry (1994). "The Rise and Fall of Strategic Planning". Harvard Business Review. January-February, pp. 107-114.

Mintzberg, Henry y James Brian Quinn (1993). El Proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos. Prentice Hall, México

Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand y Joseph Lampel (2010). Safari a la Estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Granica, Argentina.

Mintzberg, Henry y Waters, James (1985). "Of strategies, deliberate and emergent". Strategyc Management Journal, pp. 257-272.

Montgomery, Alan, Hosanagar, Kartik, Krishnan, Ramayya., y Clay, Karen, (1989). "Designing a better shopbot". Management Science. 50, 189-206.

Ohmae, Kenichi (1983). The Mind Of The Strategist: The Art of Japanese Business. McGraw-Hill, New York.

Porter, Michel (1991). La Ventaja competitiva de las naciones. Vergara, Argentina.

Porter, Michael. (1987). Ventaja competitiva. México. CECSA.

Quinn, James (1982). Strategies for Change: Logical Incrementalism. Irwing, Homewood, Illinois

Teece, David. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management". Strategic Management Journal. Volume 18, Issue 7, pp. 509-533.

Von Clausewitz, Carl (1976). On War. Princeton University Press, New Jersey.